

BAURAN PROMOSI MALBOURNE COFFEE CO

SELAMA TERDAMPAK COVID-19

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh:

Rieke Aria Saputri

NIM: 201310040311326

Dosen Pembimbing:

Widiya Yutanti, S.Sos., M.A.

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2020

**BAURAN PROMOSI MALBOURNE COFFEE CO MALANG
SELAMA TERDAMPAK COVID-19**

Diajukan Oleh :

RIEKE ARIA SAPUTRI

201310040311326

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Kamis - 24 September 2020*

Pembimbing I



Widiva Yutanti, S.Sos., M.A.

Wakil Dekan I



Dr. Diah Feni Kurniawati, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RIEKE ARIA SAPUTRI

201310040311326

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

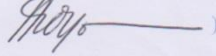

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Kamis, 24 September 2020


Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Widiya Yutanti, S.Sos., M.A. ()
2. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv. ()
3. Rahadi, S.Sos, M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Estu Kurniawati, M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jurusan: Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan
Internasional
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 460948, 464318-19 Fax. (0341) 460782 Malang 65144 Pes. 132

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rieke Aria Saputri
NIM : 201310040311326
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Tugas Akhir dengan Judul :
"BAURAN PROMOSI MALBOURNE COFFEE CO SELAMA TERDAMPAK COVID-19" adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

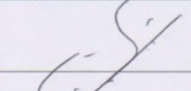
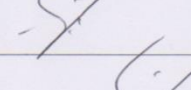
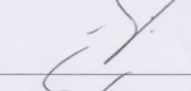
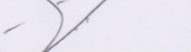
Malang, 18 September 2020
Yang Menyatakan,



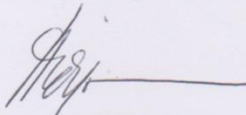
Rieke Aria Saputri

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rieke Aria Saputri
NIM : 201310040311326
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : BAURAN PROMOSI MALBOURNE COFFEE CO SELAMA
TERDAMPAK COVID-19
Dosen Pembimbing : Widiya Yutanti, S.Sos., M.A.

Tanggal	Paraf Pembimbing	Keterangan
	Pembimbing I	
10 Juni 2020		Acc Judul, BAB I - III
22 Juli 2020		Acc Instrumen Penelitian
4 Agustus 2020		Acc BAB IV – V
10 September 2020		Acc Abstrak dan Keseluruhan Naskah

Disetujui,
Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, S.Sos., M.A.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Segala puji dan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Bauran Promosi Malbourne Coffee Co selama Terdampak COVID-19 (Studi pada Owner Malbourne Coffee Co di Malang)”** sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Peneliti menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak akan berhasil tanpa adanya dorongan dan dukungan dari orang sekitar dan berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, Papi Ruddy Saputra dan Mami Diane Boedi Ariaty serta seluruh anggota keluarga yang telah menjadi motivasi utama dan juga memberikan dukungannya baik moril, materil, maupun do'a yang tidak pernah terputus kepada peneliti.
2. Ibu Widiya Yutanti, S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membimbing dan meluangkan waktunya, serta memberi arahan, saran dan kritikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Isnani Dzuhrina, S.Sos., M.Adv., selaku dosen wali.
4. Bapak Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi yang selama ini telah memberi ilmu, motivasi serta bantuan selama peneliti menempuh masa perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Angkatan 2013 yang telah membantu, memberikan dukungan serta memotivasi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Pihak Malbourne Coffee Co yang bersedia membantu serta meluangkan waktunya untuk menjadi objek penelitian skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besar IKOM F yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta membantu peneliti sampai ke tahap akhir penulisan skripsi ini. Khususnya Bagus, Faisal, Tito, Adam, Hafidz, Decky, dkk yang selalu sabar membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman terdekat sedari SMA yang selalu mengingatkan peneliti untuk segera menyelesaikan perkuliahan ini; Indah, Ayu, Silva, Fahmi, Septian, dkk.
10. Teman-teman terdekat semasa perkuliahan yang selalu membantu dan memberikan dukungan; Ebi, Holis, Edna, Lintang, Nizar, Diandra serta khususnya Nine dan Romi yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat terdekat peneliti selama di Malang, yang tidak pernah bosan memberikan semangat dan dukungannya kepada peneliti; Mbak Rara, Citra, Raisyah, dkk.
12. Seluruh keluarga besar TJAKAP yang selalu bersedia direpotkan oleh peneliti selama masa-masa pembuatan skripsi ini.

13. Semua keluarga, kawan serta rekan kerja peneliti dimanapun berada yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya.
14. Dan seluruh pihak yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
15. Serta yang terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang sudah selalu berjuang sampai sejauh ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya, peneliti berharap karya ini dapat menjadi inspirasi dan manfaat kepada semua pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan. Amin.

Salam hangat,

Penulis

Rieke Aria Saputri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iii
HASIL DETEKSI PLAGIASI	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Komunikasi	10
2.2 Komponen-komponen Strategi Komunikasi.....	10
2.3 Macam-macam Strategi Komunikasi	11
2.4 Komunikasi Pemasaran	14
2.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.4.2 Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.5 Komunikasi Pemasaran Online	18
2.6 Bauran Promosi (Promotion Mix)	20
2.7 Promosi Penjualan (Sales Promotion)	21
2.8 Strategi Bertahan di Tengah Pandemi	22
2.9 Perkembangan Teknologi Komunikasi Media Baru (New Media)	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	26
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	26
3.3 Fokus Penelitian.....	27
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.5 Subjek Penelitian	28
3.6 Sumber Data	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.9 Keabsahan Data	31

BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Singkat Malbourne Coffee Co	33
4.2 Visi Misi dan Tujuan Malbourne Coffee Co	35
4.3 Social Media Instagram @malbournecoffeeco	36

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	38
5.2 Deskripsi Subjek Penelitian	38
5.3 Komponen dalam Strategi Komunikasi	39
5.4 Strategi Persuasif dan Merangkul Konsumen	41
5.5 Strategi Malbourne Coffee Co Bertahan di Tengah Pandemi	42
5.6 Strategi Pemasaran dan Promotion Mix Malbourne Coffee Co	44
5.7 Promosi Malbourne Coffee Co Menggunakan Media Instagram	45

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran	49
6.2.1 Saran Akademis	49
6.2.2 Saran Praktis	49

DAFTAR PUSTAKA	50
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	53
-----------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: LPFEUI.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Irwan dan Indraddin. 2016. *Strategi dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mathew, Miles dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Masa McQuail*. Jakarta: Salemba Huanika.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Mohammad. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I. Lhalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Soemanagara, Rd. 2016. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Winardi. 1989. *Strategi Pemasaran: Marketing Strategy*. Bandung: Mandar Maju.

Jurnal:

Rismayanti, Puji. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi pada Akun Instagram @kedai_digital*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

Isyana, Riza Rizki. 2015. *Strategi Pemasaran Melalui Rebranding: Studi Kasus Rebranding Piring Putih Menjadi Redberries Food and Folks dalam Meningkatkan Penjualan*. Universitas Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

Jiwa, Eligi Gala Duta. 2018. *Proses Rebranding Coffee Road Menjadi Koling*. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.

Dzilqarnain, Hamzah. 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang*. UNY. Yogyakarta.

Putri, Loli Tamara. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Busana Muslim Dinda Firdausa di Media Online*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Annisa, Nurul. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online: Studi Kasus pada Pemasaran Online di REALInc Store*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Banten.

Internet:

Ismail, EH. *Strategi branding kopi Indonesia diatur*. www.republika.co.id (diakses pada tanggal 26 Mei 2020)


Bayu Bramasta, Dandi. *Update Virus Corona 27 Mei*. www.kompas.com (diakses pada tanggal 27 Mei 2020)

Gabriella Wijaya, Yana. *Kafe di Malang sediakan kopi kemasan literan bekal untuk di rumah aja*. www.travel.kompas.com (diakses pada tanggal 28 Mei 2020)

Saprudin, Udin. *Bagaimana UMKM Bertahan di masa korona*. www.lppm.unpam.ac.id (diakses pada tanggal 14 September 2020)

Asiati, Devi. *Strategi Bertahan Hidup Bagi Pelaku Usaha dan Pekerja di Tengah Pandemi COVID-19*. www.kependudukan.lipi.go.id (diakses pada tanggal 15 September 2020)

HASIL DETEKSI PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : RIEKE ARIA SAPUTRI

NIM : 2013 100 403 11326

Hasil Plagiasi: $\frac{28}{8}$

BAB I	24	21	12	
BAB II	73	6		
BAB III	28	22	14	

BAB IV

1			
---	--	--	--

BAB V

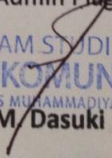
16			
----	--	--	--

BAB VI

20			
----	--	--	--

Malang, 21-9-2020

Admin Plagiasi Prodi,


PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki